



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS SYIAH KUALA**  
**UPT. PERPUSTAKAAN**

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111  
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: [helpdesk.lib@unsyiah.ac.id](mailto:helpdesk.lib@unsyiah.ac.id)

---

## **ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH**

### **TITLE**

**PENGARUH SELF CONGRUITY MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN ASOSIASI MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PELANGGAN TOKO SEPATU BATA DI BANDA ACEH**

### **ABSTRACT**

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Self congruity merek terhadap loyalitas merek dengan asosiasi merek dan persepsi kualitas sebagai pemediasi. Studi empiris dilakukan pada pelanggan toko sepatu bata di Banda Aceh menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian, yang mana sampel pada penelitian ini yaitu sebesar 136 responden. Non Probability Sampling digunakan sebagai teknik pengambilan sampel dengan metode Purposive Sampling. Metode Hierarchical Linear Modelling (HLM) digunakan sebagai metode analisis data dengan menggunakan software IBM SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Self congruity merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Selain itu, diperoleh hasil bahwa variabel asosiasi merek dan persepsi kualitas memediasi secara parsial pengaruh Self congruity merek terhadap loyalitas merek. Semakin baik Self congruity merek yang dimiliki, semakin bagus asosiasi merek dan persepsi kualitas, maka semakin tinggi loyalitas merek yang dimiliki pelanggan.

Kata Kunci : Self Congruity, Loyalitas Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas.

#### **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of brand congruity on brand loyalty with brand association and quality perception as mediator. The empirical study was conducted on brick shoe store customer in Banda Aceh using questionnaire as research instrument, which the sample in this research is 136 respondents. Non Probability Sampling is used as sampling technique with Purposive Sampling method. The Hierarchical Linear Modeling (HLM) method is used as a data analysis method using the IBM SPSS 25 software. The results of this study indicate that the brand self-congruity has a significant effect on brand loyalty. In addition, the results obtained that the variables of brand association and quality perception mediate partially influence Self brand congruity on brand loyalty. The better the self-owned brand congruity, the better the brand association and the perception of quality, the higher the brand loyalty the customer has.

Keywords: Self Congruity, Brand Loyalty, Brand Association, Perceived quality,